

При необходимости выявить потребности рынка и адаптировать под них свои услуги применяются маркетинговые исследования, когда вуз не может предложить больше потребителю, чем он располагает сам[1. С.16].

В настоящее время идёт формирование подходов и принципиальных позиций, последовательное накопление, наращивание маркетинговых конструкций и инструментария в решении конкретных проблем рынка образовательных услуг. Однако переход к рыночным отношениям в сфере образования уже конституировался в обществе как свершившийся факт и получает всё большую основу во всех звеньях, сегментах системы образования.

Список литературы

1. Голубков Е.П., Голубкова Е.П., Секерин В.Д. Маркетинг: выбор лучшего решения. М. 1993. 430 с.

2. Грудзинский А.О. Университет как предпринимательская организация //Социс. 2003. №4. С. 113 – 121.

М.О. Салова, О.М. Никитина

Уральский федеральный университет

г. Екатеринбург, Россия

МОДЕРНИЗАЦИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Машиностроение очень крупная отрасль, которая является, главным образом фактором экономик развитых стран. Производимая российскими предприятиями продукция практически не конкурентоспособна на мировых рынках, в связи с устаревшими, не полностью автоматизированными производственными процессами.

В России доля машиностроительного производства менее 20%, для безопасности страны минимальным является уровень в 30% (США-46%, германия-54%). При этом в России очень распространена недоиспользовалось производственных мощностей и интеллектуальных ресурсов, низкая эффективность труда, высокая степень износа оборудования и необоснованно высокие затраты. Поэтому данная отрасль критически нуждается в инновационном развитии.

Большинство основных фондов предприятий имеют степень износа 55-75%, при этом их обновление не происходит или происходит очень медленными темпами. Производственные системы, которые используются, соответствуют третьему и четвертому технологическим укладам (85% производства), а технологии шестого уклада - единичны. В странах с развитой экономикой, они составляют 30%, что объясняет низкую конкурентоспособность.

Большинство машиностроительных предприятий признали необходимость в нововведениях, которые необходимы, для успешного существования, поэтому составлены программы модернизации, которые должны завершиться к 2020 году . Но для того, чтобы они прошли успешно, нужно проводить комплексное обновление, начиная от оборудования и заканчивая системой расчета норм и оплаты труда.

Процесс внедрения инновационных технологий очень дорогостоящий и медленно окупаемый. Рост объемов инновационной продукции не пропорционален росту издержек связанных с ее производством. Поэтому для того, чтобы его полноценно провести оставшихся 6 лет уже вряд ли хватит.

Следующей важной проблемой является подражательный характер инновационных проектов, основанный на использовании готовых проектов, а не создании собственных. В России самостоятельную разработку инноваций осуществляет около 10% производственных предприятий (Германия-70%, Бельгия 59,8%). Также помимо проблемы создания собственных технологий, есть проблема реализации заимствованных технологий, по показателю «способность компаний к заимствованию и адаптации технологий» Россия находится на сорок первом месте из 131, на уровне Кипра и Коста-Рики.

В завершении приходится признать, что с начала запуска программы социально-экономического развития, ситуация в промышленности, практически не сдвинулась с места, однако не стоит сдаваться и пересматривать долгосрочные цели, ведь то, что они есть, притом очень оптимистичные - это уже шаг.

Список литературы

1. <http://www.sospp.ru/.../Проект-Комплексной-программы-развития-промышленности/>- интернет ресурс Министерства промышленности и науки Свердловской области Институт экономики УрО РАН
2. [sospp.ru/wp-content/.../Приложения-к-Программе/](http://www.sospp.ru/wp-content/.../Приложения-к-Программе/)- интернет ресурс Министерства промышленности и науки Свердловской области Институт экономики УрО РАН
3. <http://www.vedomosti.ru/>- интернет ресурс

Е.В. Соколова, Е.М. Деминова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

г. Екатеринбург, Россия

ФОРСАЙТ – ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ПРЕДВИДЕНИЯ НАПРАВЛЕНИЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Форсайт – наиболее эффективный инструмент формирования приоритетов в сфере науки и технологий, экономики, государства и общества. По результатам форсайт-проектов создаются дорожные карты, которые позволяют решить вопрос формирования будущего.

Форсайт-технология была создана за рубежом 30 лет назад и активно используется как в сфере бизнеса, так и в сфере государственного управления. В 2008 году в рамках движения «Метавер – образование будущего», была разработана и апробирована методика быстрого проведения форсайт-проекта, не требующая внушительных сумм бюджета. Это методика получила название Rapid Foresight или «скоростной форсайт». Получение значимого и верифицированного результата в рамках этой методики занимает дни или даже часы. Кроме того, она является масштабируемой, позволяющей получать согласованное видение будущего как в масштабе одной проектной команды, так и в масштабе государств и межгосударственных организаций.